



ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ
АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

**Матеріали всеукраїнської
науково-практичної конференції
«Сучасні виклики та
перспективи розвитку
економіки і бізнесу»
6 грудня 2023 р.**

Запоріжжя — 2023

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМ. ДМИТРА МОТОРНОГО**



**ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ
ТА БІЗНЕСУ**

**СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ І БІЗНЕСУ**

**Матеріали
Всеукраїнської науково-практичної конференції**

6 грудня 2023 р.

**Запоріжжя
2023**

УДК [33+65+338.48+339.9+355.018](043)

Т 13

Сучасні виклики та перспективи розвитку економіки і бізнесу: зб. тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції (6 грудня 2023 року, м. Запоріжжя). Запоріжжя: ТДАТУ, 2023.

Збірник містить матеріали учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні виклики та перспективи розвитку економіки і бізнесу». У тезах доповідей збірника висвітлено результати досліджень сучасних проблем та перспектив розвитку економіки, бізнесу та туризму в Україні, міжнародних економічних відносин, визначені аспекти сталого розвитку регіонів країни.

Матеріали збірника будуть корисними для викладачів, аспірантів, магістрантів, студентів, фахівців, що працюють за зазначеними напрямками.

Матеріали публікуються в авторській редакції

ISBN

© Таврійський державний агротехнологічний
університет імені Дмитра Моторного, 2023

Організаційний комітет конференції

Колокольчикова І. В. – голова організаційного комітету, д.е.н., професор, декан факультету економіки і бізнесу ТДАТУ

Коноваленко А. С. – заступник голови організаційного комітету, д.е.н., директор Науково-дослідного інституту соціально-економічного розвитку регіону ТДАТУ

Макаренко П. М. – член-кореспондент академії НААН України, д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та міжнародних економічних відносин Полтавського державного аграрного університету

Болтянська Л. О. – к.е.н., доцент, завідувачка кафедри економіки і бізнесу ТДАТУ

Сиротюк Г. В. – к.е.н., доцент Львівського національного університету природокористування

Власюк Ю. О. – к.е.н, доцент ВСП Хмельницького політехнічного фахового коледжу Національного університету «Львівська політехніка»

Зміст

Секція 1.

ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Болтянський Б. В. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ТА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ	8
Василина О. Р., Лавецький І. О. ОРГАНІЧНЕ ВИРОБНИЦТВО - НАЙБІЛЬШ ПЕРСПЕКТИВНИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	10
Васильченко О. О. ВПЛИВ ФАКТОРІВ МАКРОСЕРЕДОВИЩА НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ	12
Єрємін І.Л., Голуб Н.О. СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ	15
Нехай В. В., Іконніков Д. ПРОБЛЕМИ СТВОРЕННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО МЕСЕНДЖЕРА	18
Русінова О.Г., Голуб Н.О. КАНАЛИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ, ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКА	20
Салін С. В. ПЕРЕВАГИ БЛОКЧЕЙНУ В ЮРИДИЧНОМУ СЕКТОРІ	22
Селіванова Є.В., Голуб Н.В. СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ ГРОМАДЯН У РАЗІ НЕЩАСНИХ ВИПАДКІВ	24
Черевко Г. В. ВІЙНА В УКРАЇНІ: НАСЛІДКИ ДЛЯ ГЛОБАЛЬНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ	27
Яців С. Ф. ПРОБЛЕМИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	29

Секція 2.

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Братко В. М., Цвілий С. М. РОЛЬ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ТУРИЗМУ	32
Демко В. С. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ	34
Демко В. С., Попова А. Г. СВІТОВІ ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ В КУЛЬТУРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	37
Жарченко В. Ю., Цвілий С. М. МОБІЛЬНІ ГІДІ У ЯКОСТІ ТРЕНДУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ	40
Зла Р. А., Демко В. С. РОЗВИТОК КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ	43
Колокольчикова І.В., Лепетченко Д.М. ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ: РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	45
Кукіна Н. В., Душак А., Душак М. СУЧАСНІ РЕАЛІЇ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ	47
Оболенцева Л. В., Діасамідзе М. М. ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ВІЙНИ	49
Підлужна О. Б. ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	50
Пісецький М. М. РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ УКРАЇНИ У БЕЗПЕКОВОМУ КОНТЕКСТІ	52

Секція 3.**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Бандура І. І., Сокот О. Є. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ХЛІБО-БУЛОЧНИХ ВИРОБІВ З ВИКОРИСТАННЯМ ЇСТИВНИХ ГРИБІВ ТА ПРОДУКТІВ ЇХНЬОЇ ПЕРЕРОБКИ	57
Болтянська Л. О. ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	59
Власюк Ю. О. ДОЦІЛЬНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ КАЙДЖЕН У ДІЯЛЬНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ	61
Єременко А.А., Голуб Н.О. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ, НЕОБХІДНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ СТРАХУВАННЯ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	63
Завадських Г. М., Кукіна Г. В. ІНВЕСТИЦІЇ В АГРАРНИЙ СЕКТОР: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ	66
Завадських Г. М. ІМПАКТ-ІНВЕСТИЦІЇ І СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В СТВОРЕННІ СОЦІАЛЬНОГО ВПЛИВУ	68
Завадських Г. М., Ковнацька О. С. РЕЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ	70
Зеленецька Д.О., Голуб Н.О. СУТНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВИКІВ ТА ЇЇ МІСЦЕ І РОЛЬ У СТРАХОВОМУ БІЗНЕСІ	72
Колач С. М., Періг Ю. А. НАПРЯМКИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	75
Коноваленко А.С. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВЕКТОР СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	78
Красномовець В. А. ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: СУТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	80
Кукіна Н. В., Петлюк Н. І. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОПОЗИЦІЇ СОНЯШНИКУ НА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ УКРАЇНИ	82
Лисак О. І. ДРОПШИПІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОПТИМІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В ЕЛЕКТРОННІЙ ТОРГІВЛІ	84
Мельник О. В. МЕТАПРОСТІР ЯК ІННОВАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ	87
Павлова М. Б. БІЗНЕС ПІД ЧАС ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ	90
Прус Ю. О., Сафарова А. С. ЗОВНІШНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ	91
Тебенко В. М. РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	93
Черевко І. В. ЗМІНИ КЛІМАТУ ЯК ЧИННИК ДИВЕРСИФІКАЦІЇ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА	97

Секція 4.**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ**

Березівський З. П., Кривов'яза В. О. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ	100
---	-----

Козак В. М. СУТНІСНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНАЛЬНО-РЕСУРСНОЇ СКЛАДОВОЇ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ В ЦИФРОВІЗОВАНІЙ ЕКОСИСТЕМІ	101
Красномовець В. А., Бойко Н. С. ВПЛИВ СТАНДАРТИЗАЦІЇ НА ЯКІСТЬ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ	104
Ортіна Г. В. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ЦЕ РЕАЛІЗАЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	106
Сиротюк Г. В. СУЧАСНІ АСПЕКТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	108
Степанюк Р. С. ЧИННИКИ СТІЙКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	110

Секція 5.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Волкова О. В. МИТНИЙ КОНТРОЛЬ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ: ОРГАНІЗАЦІЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ	115
Костякова А. А., Хома А. Р. СТРАТЕГІЯ СПІВПРАЦІ УКРАЇНИ МІЖ КРАЇНАМИ СВІТУ	118
Почерніна Н. В., Виноградова Д. В. ПРОБЛЕМИ УКРАЇНИ У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА	121
Почерніна Н. В., Муха В. М. ЗДОБУТКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КРАЇН СВІТУ У РАКУРСІ МІЖНАРОДНИХ ІНДЕКСІВ: УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ	124
Почерніна Н. В. ПЕРЕВАГИ У ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ ЯК ЗАСІБ ПОЛІТИКИ ВІДНОВЛЕННЯ РЕГІОНІВ	126
Савіцький А. В. УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОВІСТЮ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЕТАПНІСТЬ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	128

обробки ґрунту, догляду за посівами, збору урожаю тощо, що підвищить урожайність культури та продуктивність 1 га посівної площі [1]. Саме інноваційний підхід здатний, за умов скорочення сільськогосподарських угідь, забезпечувати високі валові збори соняшнику та утримувати лідерські позиції на ринку соняшникової олії.

Список використаних джерел

1. Захарченко О. Г., Кукіна Н. В. Енергетичний менеджмент в аспекті підвищення ефективності виробництва насіння соняшнику. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2014. Вип. 2. С. 407-410
2. Кукіна Н. В., Бакіна Т. В. Оцінка експорту як важеля конкурентоздатності національної економіки. *Молодий вчений*. 2016. № 12.1. С. 804-808.
3. Огляд збитків від війни в сільському господарстві України. *Непряма оцінка пошкоджень*. 2022. Вип. 2. URL: <https://minagro.gov.ua/storage/app/sites/1/uploaded-files/damagesreport> (дата звернення 21.11.2023).
4. Огляд українського ринку соняшнику та соняшникової олії - 2022/23. URL: <http://shareupotential.com/ru/BE/ukrainian-podsolnechnik-maslo-2023.html> (дата звернення 21.11.2023).
5. Статистична інформація / Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 21.11.2023).

ДРОПШИПІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОПТИМІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В ЕЛЕКТРОННІЙ ТОРГІВЛІ

Лисак О. І.

к.е.н., доцент,

доцент кафедри економіки і бізнесу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

Кількість оптових та роздрібних торгових підприємств в Україні постійно збільшується. Одним із визначальних чинників успішної діяльності торговельних підприємств є наявність достатньої величини оборотного капіталу.

Успішне управління оборотним капіталом торговельного підприємства буде визначальним для його ефективного функціонування у майбутньому. У сфері торгівлі оборотні активи складають значну частину валютного балансу. Це найбільш легко реалізовуваний капітал, і результати економічної діяльності та фінансовий стан підприємства значною мірою залежать від стану і раціонального використання цих активів.

Етап становлення торговельного підприємства зазвичай характеризується недостатністю ресурсів для формування необхідного розміру оборотних активів. Підприємства стикаються з проблемою пошуку фінансових ресурсів для закупівлі товарів в потрібній кількості. Одним із наслідків є невеликий асортимент товарів для продажу та неможливість сформувати достатній товарний запас.

В електронній торгівлі можливим рішенням проблеми недостатності оборотного капіталу є здійснення на початковому етапі торговельної діяльності за допомогою дропшипінгу.

Дропшипінг – це практика продажу товарів, які відправляються покупцю безпосередньо від виробника, дистриб'ютора або постачальника. Ритейлери, які продають способом дропшипінгу, не зберігають запаси на складі та не купують товари заздалегідь для продажу – натомість замовлення клієнтів надсилаються постачальнику для виконання, при цьому

продавець збирає різницю між ціною продажу товару та його оптовою ціною за вирахуванням певних комісій.

Багато ритейлерів електронної комерції вважають дропшипінг надзвичайно привабливим. Ідея продавати товари без необхідності формування запасів або турбот про доставку подобається багатьом, особливо тим, хто тільки починає. Без необхідності інвестувати в склади або продукти, і, як правило, через низький стартовий капітал, бізнес з дропшипінгу електронної комерції часто здається найкращою можливістю для починаючого підприємця. Дропшипінг є популярним способом організації продажів для нових компаній, оскільки він пропонує низькі бар'єри входу, гнучкість і просте тестування. Цей ринок зростає у всьому світі; з 2020 по 2026 рік очікується, що середньорічний темп зростання становитиме 24%. Значне зростання відбудеться у 2026 році, коли прогнозується зростання на 27,82%. [1]

Водночас, іноді підприємці недооцінюють дропшипінг, вважають його недостатньо ефективним. «Завдяки низьким початковим капіталам і накладним витратам дропшипінг заслужив репутацію схеми «легких грошей і швидкого збагачення», — каже Шейн Ліу, експерт з оптимізації пошукових систем First Page. «Звичайно, деякі люди скептично ставляться до дропшипінгу».[2]

Так, дійсно, схема організації торгівлі засобами дропшипінгу є доволі простою (рис. 1).

Насправді, продажі за системою дропшипінгу потребують значних зусиль та певних знань з бізнесу та маркетингу. Ноа Вікхем, власника IdleShopper, чий магазин дропшипінгу генерує у середньому 40% валового прибутку та 20% чистого прибутку стверджує: «Це дійсно залежить від продуктів, які ви продаєте, і від того, наскільки серйозно ви докладаєте маркетингових зусиль. Однак майже будь-який магазин дропшипінгу може бути прибутковим за відповідних обставин». [3]

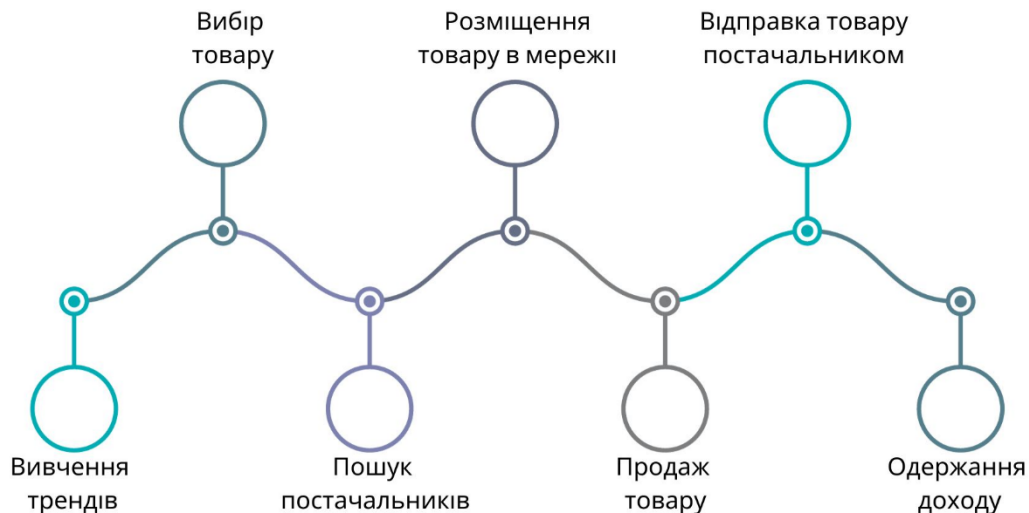


Рис. 1 Схема організації торгівлі через дропшипінг.

У бізнесі, орієнтованому на продажі, в будь-якому разі необхідно бути компетентним продавцем. Багато дропшиперів продають свою продукцію на своїх веб-сайтах або в профілях у соціальних мережах.

Чудова стратегія продажів не може працювати без загальної бізнес-стратегії. Щоб виділитися серед інших, необхідно фахово підходити до усіх аспектів діяльності компанії. При торгівлі за дропшипінгом необхідно опанувати певні навички:

1. Бухгалтерія та загальні фінанси. Щоб усунути більшість фінансових недоліків, важливо розраховувати норму прибутку, яка є справедливою для як для бізнесу, так і для покупців. Актуальними будуть знання бухгалтерського обліку, які допоможуть орієнтуватися в питаннях оподаткування і управління рахунками-фактурами.

2. Уміння знаходити відмінних постачальників. Дропшипінг суттєво залежить від постачальників. Щоб мінімізувати проблеми із якістю товарів, термінами доставки та шахрайством постачальників, важливо ретельно перевіряти компанії, з якими планується співпраця.

3. Навички обслуговування клієнтів. Репутація бізнесу будується завдяки відгукам покупців, вмінням вирішувати конфлікти та реагувати на негатив. Тому спілкування із покупцями є важливим на кожному етапі продажу товарів.

4. Організованість та контроль часу. Відсутність товарних запасів, складського обліку та робіт по відправці товарів створює ілюзію низьких затрат часу при продажах по дропшипінгу. Проте цей час необхідно використовувати для відстеження трендів, пошуку постачальників та контролю за виконанням замовлень.

5. Адаптивність, гнучкість і винахідливість. Усі компанії мають бути адаптованими, але в дропшипінгу ця навичка є важливою з двох причин. По-перше, потрібно вміти вчасно змінити товар на основі коливань ринку та потреб клієнтів. Також корисною буде навичка швидко знаходити рішення у випадку проблем у постачальників, наприклад раптового закінчення товару.

6. Вміння мислити нестандартно. Зазвичай, при дропшипінгу однаковий товар продають багато компаній. Висока конкуренція в так званих «перегрітих» нішах потребує творчого підходу до «відбудовування» від конкурентів та залучення покупців.

7. Технічні навички. Багато платформ пропонують шаблони сайтів для організації продажів, проте стати по-справжньому конкурентоздатним можна лише у випадку створення неординарної платформи, яка буде вирізнятися від інших та задовольняти усі потреби цільової аудиторії. Знадобляться також вміння використовувати інструменти Google Analytics та пошукової SEO-оптимізації.

8. Навички маркетингу/контент-маркетингу. Розуміння принципів роботи e-mail-маркетингу, SMM, , Google AdWords і реклами з оплатою за клік (PPC) також можуть підтримувати конкурентоспроможність бренду. Без реклами навіть найкращі продукти складно продати, тому необхідно інвестувати в маркетингову стратегію.

9. Рішучість та терпіння. Ведення бізнесу може бути стресовим, сповненим помилок та неправильних рішень. Необхідно бути готовим до втрат, а також не варто розраховувати на прибуток в перші місяці створення бізнесу. Важливим має стати розуміння, що лише готовність долати труднощі та націленість на результат дозволить досягти успіху.

Концепція дропшипінгу існує вже деякий час і все частіше використовується різними онлайн-бізнесами. Однак, незважаючи на те, що це стало звичним явищем у сучасну епоху електронної комерції, цей напрям організації роботи торговельного підприємства є достатньо ефективним та може використовуватись малими підприємствами та фізичними особами-підприємцями не лише на початковому етапі становлення, а й впродовж усього періоду функціонування підприємства

Список використаних джерел

1. The ultimate shopify dropshipping guide. URL: <https://www.oberlo.com/blog/shopify-dropshipping-guide> (дата звернення 01.12.2023)
2. Firstpage. URL :<https://www.firstpagedigital.sg/> (дата звернення 01.12.2023)
3. Is Dropshipping Worth It? (6 Things To Know). URL :<https://www.shopify.com/blog/is-dropshipping-worth-it?term> (дата звернення 01.12.2023)

4. Shevchenko I., Lysak O., Zalievska-Shyshak A., Mazur I., Korotun M., & Nestor V. Digital Economy in a Global Context: World Experience. *International Journal of Professional Business Review*. 2023. Vol. 8(4).e 01551. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i4.1551>.

5. Лисак О. І., Тебенко В. М. Інноваційні методи інтернет-торгівлі. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2020. № 2(39). С. 103-111.

6. Стендер С. В., Лисак О. І., Лук'яненко Н. Е. Розвиток електронної комерції та її вплив на цифрову економіку. *Академічні візії*. 2023. № 24. С. 32-36.

МЕТАПРОСТІР ЯК ІННОВАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Мельник О. В.

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

В умовах загострення загроз України під час воєнного стану, актуалізується проблема захисту національних інтересів, зокрема захисту фінансового ринку, який пов'язує усі сфери економіки, здійснює зберігання коштів та кредитне обслуговування клієнтів через національні та валютні потоки. Фінансовий ринок України, залежний від зовнішніх регуляторних механізмів захисту національної грошової одиниці, капіталізації та розподілу капіталу на електронних носіях платіжних систем, яким характерний сегментарний цифровизований метапростір в інноваційному середовищі цифрових технологій. Це призводить до формування нових сервісів, форм і моделей управління платіжними системами на засадах інноваційності, прозорості як домінуючих важелів розвитку фінансової інфраструктури національних та світової економічних систем [1].

Метапростір як інноваційне середовище цифрових технологій на фінансовому ринку України є віртуальною мережею соціальної взаємодії людей із віртуальними цифровими об'єктами за допомогою технологій віртуальної, доповненої або змішаної реальності [10]. Метапростір, як будь-який організм, вважається ітерацією тривимірного віртуального світогляду, де цифрові технології поглинають реальні фінансово-економічні відносини між суб'єктами бізнесу на фінансовому ринку та постійно абсорбують у свою діяльність все нові і нові інноваційні ідеї, які відкривають доступ до нових можливостей. У широкому розумінні метапростір – це цифрова екосистема, побудована на різних видах 3D-технологій, програмному забезпеченні для спільної роботи в режимі реального часу та інструментах децентралізованих фінансів на основі блокчейну [9]. Так, з'явилися фінансові технології («фінтех»), які через інноваційні методи та ідеї впроваджують у фінансову сферу нові можливості для функціонування банківських та інших фінансових установ.

В даний час існує безліч світів метапростору на фінансовому ринку. Однак консенсус полягає в тому, що вони з часом стануть взаємопов'язаними. Споживачі послуг фінансових установ можуть носити з собою свої цифрові персони та активи в одному взаємопов'язаному просторі. По суті, метапростір на фінансовому ринку є підсвітом в одному гігантському просторі світового фінансового ринку. Відповідно фінансова система країни, що розвивається в метапросторі, залежать від ступеня інтероперабельності між віртуальними світами фінансового ринку та дозволяє переносити данні, управляти та користуватись інтерфейсами. Для цього користувачі фінансових установ використовують сучасні технології, такі як віртуальна реальність (VR), доповнена реальність (AR), тактильні датчики та багато іншого [10]:

віртуальна реальність – це змодельоване 3D-середовище, яке дозволяє користувачам взаємодіяти з віртуальним оточенням у спосіб, що наближає реальність до того, як вона